

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior hotel, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah – tamahan dan

ketrampilan staff / karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Berkembangnya hotel-hotel berbintang saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat penginapan modern, yang salah satunya adalah Hotel Bintang yang bertempat di Tawangmangu, daerah pariwisata Grojogan Sewu, yang senantiasa ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya, misalnya kamar VIP yang dilengkapi dengan penghangat ruangan, serta beberapa kamar yang menghadap ke pemandangan alam serta kebersihan, kelancaran air, kenyamanan, kualitas, harga dan lokasi yang strategis.

Berdasarkan penelitian yang sudah-sudah mengenai harga diambil kesimpulan bahwa dengan harga yang relatif kecil atau dibawah harga standar yang ditawarkan kepada konsumen, ternyata banyak perusahaan yang mengalami keuntungan dari segi penjualan. Tetapi, semua itu didasarkan pada kualitas produknya.

Pelayanan yang baik terhadap konsumen dan memuaskan merupakan misi utama bagi sebuah hotel dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Pelayanan jasa yang baik serta lokasi yang

strategis dan didukung dengan fasilitas juga menjadi modal utama untuk menarik kepuasan konsumen dalam menginap.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis dan sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (1999) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Hotel Bintang dengan

judul penelitian **"ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL BINTANG TAWANGMANGU"**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dimuka, beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas antara lain :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu?
5. Apakah harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan Umum :

Untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian di Hotel Bintang Tawangmangu antara lain sebagai berikut :

1. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk masukan bagi divisi pemasaran dalam menjalankan tugasnya, sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih maju. Selain itu juga sebagai penambah wawasan perbaikan dan kesempurnaan dalam perkembangan di bidang usahanya.

b. Bagi Konsumen

Memberikan wacana mengenai kepuasan yang dapat diperoleh konsumen yang berkaitan dengan upaya memaksimalkan kepuasan dalam penggunaan dan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan.

2. Secara Teoritis

Kegiatan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dunia bisnis secara nyata dan untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang belum pernah di dapat di bangku perkuliahan serta sebagai pembandingan antara teori mata kuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.

## **E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI**

Dalam pembahasan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang masing – masing bab berisi hal-hal sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan tentang teori – teori yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian. Teori-teori yang dikemukakan disini adalah teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, beserta kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang teori yang digunakan dalam pembahasan skripsi yang digunakan secara nalar dan rinci tentang variabel penelitian, definisi operasional, sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data, dan metode analisis data. Seluruh aspek dalam metode penelitian diterangkan secara ringkas sesuai dengan operasionalisasi penelitian.

## **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai gambaran umum responden, deskripsi persepsi (tanggapan) responden, dan analisis data dari hasil penelitian.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi penutup dan saran pada suatu penelitian.